

**PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN MELALUI
PENGARUH BRAND TRUST, BRAND IMAGE ,BRAND
AWARENESS DAN BRAND LOYALTY PADA MOBIL
HONDA**

Skripsi
Untuk memenuhi persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :
SELI OKTAVIANINGSIH
NIM : 30401411560

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2019**

Halaman Pengesahan

Skripsi

**PENINGKATANMINAT BELI KONSUMEN MELALUI PENGARUH
BRAND TRUST, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND
LOYALTY PADA MOBIL HONDA**

DisusunOleh :

SELI OKTAVIANINGSIH

Nim: 30401411560

Telah di setujui oleh pembimbing dan selanjutnya
Dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian
Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 21Agustus 2019

Pembimbing



Dra.Hj.AlifahRatnawati ,MM

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

**PENINGKATANMINAT BELI KONSUMEN MELALUI PENGARUH
BRAND TRUST, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND
LOYALTY PADA MOBIL HONDA**

Disusun Oleh :
SELI OKTAVIANINGSIH
NIM : 30401411560

Telah di pertahankan di depan dewan penguji
Padatanggal 21 Agustus 2019

SusunanDewanPenguji

Pembimbing



Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM

Penguji



Drs. Bomber Joko Setyo Utomo, MM

Drs. E. H. Marno Nugroho

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 21 Agustus 2019
Ketua Program Studi Manajemen



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Orang tuaku yang selalu mendoakan ku tanpa henti dan mendampingiku sampai saat ini.
2. Kakak perempuan tersayang yang selalu memberikan nasehat terbaik.
3. Seseorang yang istimewa yang dapat berperan seperti kakak, sahabat bahkan lebih dari itu yang selalu mengasihiku, memberikan dukungan penuh.
4. Semua teman – teman jurusan Manajemen 2014 Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang tidak dapat di sebutkan satu per satu.

MOTTO :

“Selalu jadikan pengalaman masa lalu mu sebagaisebuah pembelajaran yang berharga untuk berproses menjadi sosok yang lebih baik”.

Berusahalah tanpa henti, lakukan lah yang terbaik, serahkan hasilnya kepada Allah SWT. Karena sesungguhnya Allah sangat mencintai umat nya yang tidak mudah menyerah dan memberikan berkah dah ridhonya terhadap umat yang selalu mengasihinya.

“Perlakukan lah ibumu seperti seorang raja, maka Allah SWT akan senantiasa membukakan pintu rezeki mu layaknya seorang raja”

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Seli Oktavianingsih
NIM : 30401411560

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“PENINGKATANMINAT BELI KONSUMEN MELALUI PENGARUH BRAND TRUST, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY PADA MOBIL HONDA “** yang diajukan untuk di uji pada tanggal 21 Agustus 2019, adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan dengan sungguh – sungguh bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya yang saya sain , tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan' orang lain. Saya juga bersedia gelar dan ijazah yang di berikan oleh Universitas di batalkan.

Dosen Pembimbing



Dra. Hj. Alfah Ratnawati, MM

Semarang , 21 Agustus 2019
Yang memberi pernyataan,



Seli Oktavianingsih

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Seli Oktavianingsih

NIM : 30401411560

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi UNISSULA

Dengan ini menyatakan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :**“PENINGKATANMINAT BELI KONSUMEN MELALUI PENGARUH BRAND TRUST, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY PADA MOBIL HONDA “**.

Dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalty Non – eksekutif untuk di simpan, dialih mediakan, di kelola dalam pangkalan data dan publikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari ada pelanggaran Hak Cipta / Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 21 Agustus 2019,



Seli Oktavianingsih
NIM 30401411560

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur saya haturkan kepada Allah SubhanahuWata'ala yang telah memberikan banyak nikmat, taufik dan hidayah. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul“ PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN MELALUI BRAND TRUST, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY PADA MOBIL HONDA. Skripsi ini saya susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sultan AgungSemarang.Dalam proses penyusunannya taklepas dari bantuan,arahan dan masukan dari beberapa pihak. Untuk itu penulis,mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Alifah Ratnawati.MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis sehingga usulan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE.,Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
3. Bapak Dr. Hendar, SE.,Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan sebagai pedoman dalam penyusunan usulan penelitian skripsi ini.
5. Kedua orang tua, keluarga dan teman yang sudah memberikan dukungan .motivasi serta doa

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna di karena keterbatasannya pengalaman yang di miliki penulis .Oleh karena itu ,penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan segala pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Semarang, 21 Agustus 2019

Penulis,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'SELVI' with a stylized flourish at the end.

SELI OKTAVIANINGSIH
NIM. 30401411560